

简讯

## 湖南举办旅游饭店业职业技能竞赛

本报讯(记者 高慧)近日,由湖南省文化和旅游厅、湖南省人力资源和社会保障厅、湖南省总工会、湖南省妇女联合会联合举办的“2020年湖南省旅游饭店业职业技能竞赛”在湖南华天大酒店举办,来自湖南省14个州市62家单位的123名选手参加比赛。

本次竞赛以“培育湖湘工匠,服务产业发展”为主题,以推动湖南省旅游饭店业高质量发展为宗旨,重点展示湖南省饭店从业人员爱岗敬业的精神风貌及良好的职业素养和娴熟精湛的业务技能,大力营造“尊重知识、尊重人才、崇尚技能”的良好行业氛围。

大赛设置前厅服务、客房服务、餐厅服务、中式烹调4个竞赛组别,对参赛选手的仪容仪表、岗位知识、外语水平、应变能力及现场操作等方面进行综合考评。针对旅游饭店服务质量短板和薄弱环节,大赛引入情景模拟考核环节,在前台接待环节设置模拟场景,要求选手现场抽题作答。

湖南省文化和旅游厅一级巡视员王超祥表示,今年的技能大赛既是贯彻落实党和国家关于加强技能人才队伍建设的相关政策和要求的重要举措,也是适应疫情防控常态化新形势、促进产业复兴、提振发展信心的务实之举,意义重大。

## 江西抚州开展绿色旅游饭店创建工作培训

本报讯(记者 周晨)日前,江西抚州举办绿色旅游饭店宣贯和创建工作培训班,来自抚州各县(区)文化广电新闻出版旅游局的相关负责人、抚州市各旅游饭店的总经理等70余人参加了培训班。

培训围绕提质增效、人才培养、提升文化内涵、新媒体营销、绿色发展、科学安全管理、提升管理职能等方面展开,既有专题讲座,又有现场教学,进一步加深了抚州市旅游饭店业管理人员对创建绿色旅游饭店工作的理解。

抚州市文化广电新闻出版旅游局相关负责人表示,将把绿色饭店创建工作作为一项长期的重点工作持续开展,助推抚州市旅游产业高质量发展。

李原认为,酒店还应该关注销售产品的质价是否相符、销售后的兑现能力能否达到要求、产品的品质如何保证等一系列问题。同时,酒店更要关注自身销售业务能力的提升和社群培养等环节。“酒店在做类似的促销活动时一定要不要盲目贪多,需要注意酒店设施设备运行情况与能力以及员工持续工作会不会超负荷等问题。”

众多酒店参与的“双11”,同质化产品过多已成为不可避免的现实。紧随其后的还有“双12”,为了避免大面积的价格战,华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱建议,酒店应该争取有与众不同的亮点,这样才能有更大的吸引力。酒店需要关注在哪个细分市场更有优势,扬长避短,充分发挥自己的核心竞争力。

消费者赵先生则表示,今年“双11”比起酒店产品的价格、优惠力度等信息,他更关注产品的使用时长、限制条件、能否退款等问题。“如果酒店再做相关活动时能推出更加灵活的退订制度,则能减少我们的许多后顾之忧。”

夏子帆提醒,相比往年,今年酒店的业绩确实有所下降,但市场已经在恢复当中。每年11月至12月,是酒店生意较好的时节,切勿一味地沉迷于优惠让利活动中,把利润白白扔掉,真正的淡季还在后面。营销的本质就是旺季抓服务,淡季抓经营,保持淡季不淡,就能全年利润均衡,经营才能平稳,业绩任务才能完成。

成功组建,共招收了36名精英班成员。后期,我们还会持续加大投入,探索更加契合双方需求的人才培养模式。”

业界专家表示,精英班项目的实施既需要学校在教学计划上支持,又需要酒店有严谨的培训计划,提供充分的培养实践岗位、与学校共同制定课程体系,同时还需要学生的认同性与主动性。希望业界与校企能发挥主观能动性,涌现出更多的创新和探索,让更多的酒店管理专业毕业生“高起点”就业,为行业留住更多的“未来之星”,用优秀的人才激活行业的创新发展。

博雅方略文旅集团  
BOYA STRATEGY CULTURE & TOURISM GROUP

## 幸福产业引领者

管理咨询/旅游规划/旅游投资/景区运营/智慧旅游

中国旅游全产业链综合服务商  
全域旅游行业推动者  
多元化立体服务平台

24小时专家热线:1860092591 全国服务热线:010-82781426

## “双11”酒店究竟拼什么?

□ 本报记者 王玮

尽管最终的数据尚未得出,但今年的“双11”,酒店依旧成为消费者热购的品类。截至记者发稿前,淘宝旗下飞猪旅行平台公布的数据显示,11月11日零点至1点,全国酒店套餐累计销售超200万件。今年飞猪旅行平台“双11”酒店会场分为6个板块:城市CBD、景区周边、亲子酒店、学生必买、父母出行、免税购物。几乎把酒店的几个消费热点都包括在内。从各板块的排名来看,跻身前列的是具有独特旅游资源的主题酒店、带有季节特色的景区周边酒店和文化底蕴较为深厚的酒店。

受新冠肺炎疫情影响,今年酒店的业绩大不如往年,加上市场仍存在着诸多的不确定性,这也让酒店在这场促销大战中显得格外地“拼”,加速资金回流的迫切之心溢于言表。

## 刷屏的促销有何新意

从10月底开始,酒店围绕“双11”的促销大戏便已上演,其中不乏洲际、希尔顿、香格里拉、开元等知名酒店集团的身影。

在这几个月的市场恢复期,酒店集团各类促销活动不亚于每年的“双11”,所以今年的“双11”一些酒店会通过提高产品附加值等形式来加大吸引力。”正如饭店收益管理专家祖长生所判断的,今年的酒店商家格外用心。“今GO BUY!”@尾款人,让我拿68折的下次旅行

拯救你!”“双11爆款优惠红包雨,实现期待就现在”……这些充满诱惑力的标题出现在各酒店集团微信公众号中时,不少消费者表示,“买买买”的情绪已经酝酿到位了。一口气囤了七八个酒店产品的消费者王女士告诉记者,她关注的几家酒店从上周便已开始多个微信群推送优惠信息及相关信息,她的微信朋友圈也被此类信息“刷屏”了。

更有趣的是,如“‘双11’酒店产品怎么买才不踩雷”这样的攻略贴也铺遍了全网。记者梳理发现,今年“双11”酒店通兑券成为热点。多位网友表示,购买酒店集团的产品通兑券最划算。此券可以在全国各地同一品牌旗下的多家酒店使用,通兑券里的产品“可拆可合”,非常方便。除了房价促销外,不少酒店集团还专门推出了吃喝玩乐等非住宿类产品,比如,北京希尔顿酒店就推出了健身次卡及健身私教指导课的优惠活动。不仅如此,各酒店的促销模式也更加多样化。为了扩大宣传范围,多家酒店推出了消费者转发朋友圈、相关宣传信息至微信朋友圈或邀请好友一起参与,即可获得相关产品优惠的活动。从营销形式来看,“直播带货+旅游”的玩法依然被各酒店看好。

## 从“双11”找市场风向

飞猪旅行平台数据显示,多家酒店的“双11”套餐,开售14小时便超过去年“双11”大促首日的3倍。各

酒店不仅在优惠力度上互相比拼,更在销售形式上也是层出不穷。而在这激烈的竞争背后,有人也在问:“酒店这么拼,图的究竟是什么?”

“事实上,每年的‘双11’都是感知消费者变化与市场风向的最好时机。”某酒店集团相关负责人告诉记者,“卖货”“刷存在感”只是他们年年参与“双11”的原因之一,了解消费者的需求也是他们的目的。特别是在经历了新冠肺炎疫情冲击,消费者的需求正在发生变化。“用户的购买行为要比任何的调查问卷来得真实。他们在多样化的产品面前所做出的选择就是他们的需求表现。所以‘双11’过后,我们可以与平台合作用数字化手段复盘整个活动过程,从销售趋势、用户搜索、购买特征等方面,总结他们的消费特点,优化我们的产品。比如,去年在做总结时,我们就发现酒店产品被疯抢的背后,原因是周末城市周边度假渐成风潮。于是我们努力将旗下一部分酒店变成人们本地生活玩乐、周末短途旅行和亲子玩乐的目的地,没想到今年这些酒店是市场中表现最好的一部分。”

四川大学旅游学院教授李原建议,酒店在总结数据时,除了销售量外,应更为关注变现率、利润率、售后满意率以及消费者消费需求量化指标、社群数量增长指标、市场覆盖范围空间增长指标、员工成就感、员工利益共享程度等数据。由此,得到数据画像才更全面。

在祖长生看来,受新冠肺炎疫情

影响,很多酒店今年线下的客源增量不大,主要的客源都在线上。因此,酒店今年会更加追求线上流量的增加。在转换率稳定的前提下,“双11”的促销活动可以提高流量,以此便可以提升销售收入,同时,再把增加的流量转换成酒店会员,提高获客能力,可谓是多赢。此外,飞猪平台上的90后用户已占到55%,00后用户连续保持三位数的增长,这是一群“互联网原住民”,也是酒店需要积极争取的消费群体。因此酒店“双11”在追求销售数字增长的同时,应该更加关注线上曝光率的提高、流量的增加和获客能力的增强。

## 高销售额背后的关注点

从2013年至今,酒店参与淘宝“双11”活动已是第7个年头,无论是参与的酒店数量,还是销售金额都在成倍上涨。然而在狂欢的背后,酒店业者仍应保持一颗冷静的心。

一位酒店业者表示,“双11”大促,可以给酒店带来一波流量,但决定酒店在OTA上排名先后的关键依然是客人点评分、酒店订单转化率等因素。对此,资深酒店品牌管理专家夏子帆表示认同。她说:“从携程、美团等平台上各酒店的评论来看,服务与卫生是非常关键的两个方面,很多高评分的酒店,普遍都是在这两个方面做得比较好,因此出租率和平均房价都比较高。酒店还是应该重视基础工作,不要本末倒置,忽略了客人。”

## 浙江旅游职业学院与开元酒店集团创新人才培养模式

## 酒店管理专业学生36个月可当部门经理

□ 本报记者 陈静

刚上大二的浙江旅游职业学院学生顾若彤,前不久被杭州开元名都大酒店聘任为见习领班。她是2019级“M36开元精英班”的班长,自入学时通过面试成为开元精英班的一员后,每周五、寒暑假,她都会和同学们一起到杭州开元名都大酒店上酒店和学校共同定制的课程,既有理论,又有实操。

晋升为见习领班并不容易,晋升率只有15%,是同期在岗位上获得同事和客户点赞最多、累计实践学时最长、岗位技能考核最优的“三最员工”。在后续的酒店实践过程中,见习领班将作为企业的基层管理人员指挥小组员工工作,并逐步增加对客接待、协调组织、运营管理等工作内容,向主管岗位发展。

“像顾若彤这样优秀的学生,很有可能再经过大三学年的历练后胜任主管职位,也就是一毕业就能当上主管,月薪6000元左右。此后再经过12-16个月的历练,就极有可能当上部门经

理,月薪达到8000元-1万元。这样的职业待遇对刚出校门的毕业生而言是相当不错的,对酒店而言,也能将有潜力的人才留住。”“M36开元精英班”项目主要负责人之一、开元杭州区域总经理金杭甬在接受记者采访时表示。

据了解,“M36开元精英班”是开元酒店集团与浙江旅游职业学院酒店管理专业深度合作的一个创新项目。该项目创新办班模式,将实践教学贯穿人才培养全过程,有针对性地将在校教育与在企业的社会实践深度融合,以解决酒店行业留住大学生、留住优秀人才的问题。

M36是指36个月的重点实践培养期,具体分3个周期。一是学生入校前2年,依托校企共同开发设计的人才培养方案,使学生获得超过10个月的在岗实习时间;二是学生自第三学年开始,进行为期11个月的酒店实习期;三是毕业后在酒店正式工作15个月左右,也就是在总计历练36个月,学生即可获得3次集团旗下酒店部门经理

的推荐机会。”也就是说,学生毕业1年半时间,就能当上部门经理。而常规酒店专业毕业生,一般需要5年甚至8年才能完成这样的职业晋升。”

“目前,业界也有不少校企合作开展订单式人才培养,但效果并不理想。酒店行业是一个实操性很强的行业,要胜任管理岗位,必须在基层岗位上具备足够的历练。毕业生要在基层岗位上工作1-2年,才能获得晋升的机会,而酒店行业基层人员薪资一般偏低,因此很多人会在此期间就会选择跳槽到其他行业。”金杭甬说,“M36开元精英班”项目的创新点在于,能把学生的“历练”深入贯彻在校学习阶段,使其毕业后成为酒店真正需要的人才,而真正有才能的人也得到了应有的职业待遇,获得比一般毕业生较高的薪资收入和职位,这样就会让院校方和酒店方的供需由以前的“错位”变为“匹配”。

据了解,近年来,长时间的基层工作、较低的薪资以及社会地位不高使得

高校酒店管理专业的学生对于行业认同感普遍不高,再加上互联网等行业对年轻人吸引力较大,不少酒店管理专业的毕业生转行转岗。专业性人才匮乏且流失严重,无新鲜血液注入,已成为制约酒店行业健康发展的突出问题。

“近几年,在以订单式培养、顶岗实习、共建实训基地等基础上,我们一直在积极联系企业,共同制定教学计划、共同组建教师团队、共享教学资源、共同提高培养质量,希望能共同探索解决行业人才培养的‘痛点’问题。M36精英班就是在此基础上探寻出的酒店人才培养新模式。”浙江旅游职业学院酒店管理专业学院院长卢静怡说,2019年,开元与学校共同选拔了40名新生组建了第一个M36开元精英班,经过一年的培养,部分学生已崭露头角,基本上能胜任酒店基层领班或主管的岗位。“这证明这一尝试是较为成功的。目前,这一项目已引起了多个高校和企业的关注,也赢得了很多学生的青睐。第二期开元精英班近日已

## 佛山：做好研学旅游这篇大文章

(上接11月11日4版)

## 二、新业态催生产品多元

依托国家历史文化名城和广府文化发源地先决优势,佛山描绘的研学旅游蓝图讲情怀,接地气。就产品结构而言,文化资源和旅游资源的融合为研学课程的打造提供了崭新的视角。

如果说在传统文化中深耕是佛山研学旅游对城市的历史文化脉络与文化DNA的延展,那么别出心裁将新业态纳入研学旅游体系,则是以“游中学,行中悟”对接时代发展的轨道。

在佛山以研学旅游搭建桥梁,让环保、垃圾分类、粮食节约等社会新课题找到了落脚点。今年6月,30位小朋友一起走进瀚蓝南海固废处理环保产业园,在寓教于乐之中了解垃圾如何变废为宝,环保的知识和理念也在潜移默化中印在了小朋友的心里。瀚蓝创新性地开展研发了以垃圾分类为主题的环保研学线路,线路包括生活垃圾垃圾分类投放学习、参观垃圾处理设施、厨余垃圾处理设施等,建立一套以垃圾分类为主题的科教课程体系,包括环保课堂、舞台剧表演、垃圾分类游戏

等内容。

瀚蓝研学旅游的环境保护课题打破了传统课堂中的“四面墙”,将固体废物处理过程真实呈现在学生眼前,唤醒同学们的环保意识,强化保护环境资源的责任感,使研学“延”入生活。“我们用科技让垃圾处理成为环保,我们更想用寓教于乐让垃圾分类成为风尚。”瀚蓝相关负责人孙林涛介绍,瀚蓝南海固废处理环保产业园社会责任感强,自2007年以来已举办了2956场进社区入校园的环保科普服务活动,接待了5678批共227120人参观学习,以实际行动让环保研学成为品牌研学。从“邻避”到“邻亲”的瀚蓝实践,让参与研学旅游的游客置身其中,流连忘返。

此外,佛山市还开展了粮食博物馆、睡眠博物馆等新潮研学项目。随着改革开放不断深入,佛山市三水区白坭粮食加工厂粮食生产、储存、加工等功能已逐渐衰退。新时代肩负起新的使命,白坭粮食加工厂改造成为“白坭粮食博物馆”,馆内设置粮食政策演变、白坭粮食历史、粮食加工器具、粮食科普教育等八大展区,通过实物展示、场景复原、多媒体等形式,呈现粮食种植、收割、仓储、加工

的过程,展现千百年形成的粮食文化,唤起时代记忆,许多游客来到三水都将粮食博物馆作为旅游首站。

南海源田睡眠文化博物馆,集古今中外睡眠文化综合展览、健康睡眠知识普及、睡眠产品现场体验等多功能于一体,通过与研学旅游者的互动交流,将知识与体验相结合,让睡眠文化广泛传播。

研学旅游的意义在于以鲜活的体验感唤醒孩子的内驱力,实现“知行合一”,将其特性与教育相融合,以人文传承的角度解析文化精深,提高青少年的文化认同感和自豪感。粮食博物馆承载着稻谷之路和农耕文明之路的继往开来,回望粮食史,是青少年回望中国建设与发展的道路,传承振兴与复兴的使命。

城市发展,教育先行。研学旅游开辟了校园以外的“第二课堂”,赋予旅行文化教育属性,让青少年走进社会大课堂,寓游中学,寓乐中研,积极参与了解社会发展进步的新课题,并最终成为其中的建设者和开拓者。

## 三、景区研学蔚然成风

“读万卷书,行万里路。”寥寥八字蕴含生动哲理和磅礴气势,寄托芸芸大众对美好人生的向往与追求。

经过多年的发展,人们对研学旅游的认识更明晰,积极性更高,使其成为旅游市场发展中的新蓝海和增长极,研学旅游已成为佛山许多旅游景区运营中不可或缺的组成部分。

在理学名山、佛山首个国家5A级旅游景区西樵山风景名胜区,一阵铿锵有力的击鼓声从西樵山三湖水院传来,穿着传统汉服的学生们逐个“敲鼓明志”,完成人生首个重要仪式——开笔礼,开启学海生涯。每年暑期开学前,西樵山香火不断,游客如潮,其中不乏广州、深圳等地的家长和孩子专程到此参加传统开笔启蒙仪式。自2001年西樵山风景区开创开笔礼,至今已是的第20届,良好的口碑、深厚的历史文化渊源,让西樵山开笔礼的品牌形象深入人心。多年来,西樵山立足自身丰富的自然生态资源和人文资源,推出一系列具有文化特色的研学实践课程。

除开笔礼之外,西樵山开设的研学项目还有自然科学科普之旅、南海黄飞鸿功夫文化体验之旅、地质研学之旅、红色爱国主义教育之旅、星期四特色国学课堂。课程将自然与文化研学相结合,体验价值较高。位于佛山高明区的盈香生态

园,是佛山最具人气地区之一,研学旅游是景区的主打品牌。盈香生态园以自然科学与红色教育为出发点,设置四季花海、蝴蝶长廊、学农基地等研学点,在秋季季开拓“探索大自然”“重走长征路”两条研学线路,形成以植物自然生态与休闲娱乐、劳作体验相结合的研学教育体系,让学生们亲身探寻自然世界的奥秘和追寻红色足迹,成为学生户外的经典课堂。近3年来,盈香生态园累计接待中小研学游客达到100万人次,日接待游客可达3.5万人次,突破了传统淡季,转型升级为全季文化旅游产业。

在5A级旅游景区长鹿农庄,红色旅游研学目的地、粤港澳爱国青年聚集地的牌子相继挂出、创响,许多青少年年来此游玩之后又多一份收获。据长鹿农庄市场部负责人介绍,每年的秋游旺季,园区内研学游客有6000人次以上,最高峰可达1.5万人次。

再如南海影视城,立足影视文化元素、传统文化元素等主题鲜明的资源优势,充分发挥爱国主义教育基地的作用,针对不同年龄段的特点和教育目标,设计了开笔礼、绿色总动员、安全消防教育、影视演艺鉴赏、六艺国学堂、央视小课堂等特色研学旅游

课程,2019年获评广东“优秀研学旅游目的地”的称号。

此外,传统文化景区祖庙、清晖园、梁园,独具特色的文化积淀和历史传承是研学旅游最好的素材。

佛山市文化广电旅游体育局局长陈新文表示,发展旅游要讲究天时、地利、人和,国家对研学旅游的重视与持续推进为佛山研学旅游发展插上翅膀,凭借深厚的人文历史底蕴和珠三角腹地的地理区位优势,佛山已经成为粤港澳大湾区学生热门的研学旅游目的地。事实上现在的家长都愿意让孩子在更加开放的环境中成长,而非只在教室里学习文化知识,希望孩子能够拥有独立健全的人格,自主的动手能力和较强的社会融合能力,家长教育观念的转变也是我们大力发展研学旅游的动力。

陈新文介绍,目前,佛山市认定了首批研学旅游基地,推出岭南少年·侠影追梦营、“陶”醉佛山·薪火相传、精彩佛山·乐学畅游等22条研学线路,丰富了研学产品的供给,全市研学旅游资源得以梳理与整合。大力推动研学旅游的发展,为佛山打造高质量文化导向型名城助力添彩。

(张俊 张宝彬)